



Les Cahiers d'Outre-Mer

Revue de géographie de Bordeaux

231-232 | Juillet-Octobre 2005
Vignobles de l'hémisphère sud

Le Chili, un vignoble à la conquête du monde

Raphaël Schirmer



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/com/299>

DOI : 10.4000/com.299

ISSN : 1961-8603

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2005

Pagination : 301-328

ISSN : 0373-5834

Référence électronique

Raphaël Schirmer, « Le Chili, un vignoble à la conquête du monde », *Les Cahiers d'Outre-Mer* [En ligne], 231-232 | Juillet-Octobre 2005, mis en ligne le 01 juillet 2008, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/com/299> ; DOI : 10.4000/com.299

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

© Tous droits réservés

Le Chili, un vignoble à la conquête du monde

Raphaël Schirmer

- 1 « Une folle géographie. En vérité tout déconcerte lorsqu'on aborde l'étude du Chili » écrivaient Jean Borde et Romulo Santana-Aguilar (Borde et Santana-Aguilar, 1980, p. 5). Comment ne pas souscrire à ce propos, même - ou peut être particulièrement ? - en ce qui concerne le vin ? *Une folle géographie de la vigne et du vin* serait-on tenté d'écrire, tant le pays bouleverse nos habitudes et nos certitudes.
- 2 Encore *quasi* inexistant sur les marchés internationaux à l'aube des années 1980, le Chili est désormais le cinquième exportateur mondial en volume et le huitième producteur mondial (fig. 1 et 2). Il contribue à rompre l'ancienne hégémonie européenne. Le pays produit d'excellents vins célébrés par la presse internationale. La revue anglaise *Decanter* propose par exemple dans son classement des « cinquante meilleurs achats au monde » seize vins français, sept Italiens, trois Espagnols, mais également deux vins sud-africains, trois Australiens, et cinq Chiliens...¹ : des vins de grande finesse à un prix difficile à égaler. Et plus encore, le Chili impose progressivement - aux côtés des autres pays du Nouveau Monde -, un style de vin très puissant, aux bouteilles d'apparence flatteuse et moderne. Le modèle est à présent copié par la vieille Europe, tant le succès de ces vins est impressionnant, donnant ainsi l'impression de provoquer un vacillement - et c'est un euphémisme de le dire -, dans un monde des vins longtemps perçu comme immuable. Une bouffée d'air frais dans un océan de conservatisme ? Ou seulement de la poudre aux yeux ?
- 3 Toujours est-il que les propos dithyrambiques ne manquent pas, à commencer par ceux qui concernent les paysages de vignes, avec les Andes en arrière plan, proprement à couper le souffle (photo 1). Vignoble « en éruption » (Collado, 2002) pour les uns, vignoble « en révolution » (*Compendio*, 2004, p. 111) pour les autres, le Chili viti-vinicole ne laisse pas d'étonner. À tel point d'ailleurs que d'aucuns ont pu douter de la solidité du phénomène. Jean-Christian Tulet et Juan Sánchez Alvarez ne posent-ils pas la question de « la pérennité d'un tel système », comparant ce boom viticole aux cycles d'exportation que

connaît l'Amérique latine ? Et d'évoquer la poire, le kiwi ou le lapin angora (Tulet et Sanchez Alvarez, 2002, p. 111).

- 4 La question mérite d'être posée. Pourtant, ce « vignoble vieux de quatre siècles » (Guerrero, 1978) montre des assises plus solides qu'il n'y paraît. D'ailleurs, l'historien de la vigne chilien José del Pozo hésite lui-même, évoquant tantôt une « révolution », tantôt « une transformation radicale », plus loin un « brusque virage » (Del Pozo, 1999, p. 242 ou 253 ; p. 245 ; p. 280)... Quant à Sergio Sepulveda, il propose plutôt une phase de « décollage », suivie d'un processus de « maturation » (Sepulveda 1995, p. 117).
- 5 Alors, révolution ou non ? La nuance est de taille. Tout dépend du point de vue que l'on adopte. La réponse est donc forcément complexe.

Une spectaculaire affirmation

- 6 L'essor que connaît le Chili apparaît tout d'abord dans sa fulgurante conquête d'une place parmi les grands pays exportateurs, alors même que la France ne cesse de perdre des parts de marché... Talonnant l'Australie, dépassant l'Argentine, ce pays du Nouveau Monde devient, en quelques décennies, un acteur majeur de la nouvelle planète des vins. Il doit ce remarquable essor à la production de vins de cépage, des productions de qualité, certes, mais presque industrielles, en tout cas fréquemment a-géographiques, au premier regard au moins. Ce sont les *bodegas*² qui favorisent cette rapide ascension. Elles sont la force de frappe du vignoble chilien.

La conquête d'une place mondiale

- 7 Pour devenir cet acteur majeur de la mondialisation, le Chili a connu un développement sans précédent de ses exportations à destination des marchés étrangers. Sur un rythme effréné ; la progression est de 600 % entre 1990 et 2000, alors même que la consommation intérieure s'effondre. Le pays est acculé à exporter, des vins de cépage, parmi lesquels ceux à base de Cabernet-Sauvignon dominant de façon écrasante.

Des exportations de vins de qualité

- 8 Encore très limitées à la fin de la décennie 1980, les exportations ont connu une croissance presque exponentielle. Elles frôlent 1,3 million d'hectolitres en 1995 - soit le tiers des vins alors produits -, pour atteindre pratiquement 4 millions d'hectolitres en 2003 - soit plus de la moitié des vins produits. Ce petit pays viticole - mais non d'un point de vue spatial bien entendu -, s'est donc hissé en quelques années à la place de huitième producteur mondial (fig. 1), une prouesse, quand on sait qu'il dépasse maintenant certains pays européens. Le vignoble couvre 110 000 ha (Catastro, 2003, p. 5), soit presque les quatre cinquièmes du vignoble aquitain en Appellation d'Origine Contrôlée (AOC)... Avec le rythme de croissance qui est actuellement le sien, il devrait égaler cette région d'ici une petite dizaine d'année tout au plus. Certains espaces ont connu - et connaissent encore -, un développement et une reconversion qualitative forcenés, comme dans les vallées de Colchagua ou de Casablanca.
- 9 Des vins de qualité donc : les vins embouteillés représentent désormais 59 % des ventes à l'étranger pour 98 % de la valeur en 2002 (Compendio, 2004, p. 657). Aussi le secteur viti-vinicole contribue-t-il à hauteur de 0,8 % du Produit Intérieur Brut (PIB). Il rapporte cette même année, grâce aux exportations, plus de 600 millions de dollars. Une ombre plane sur ce tableau tout de même : les vins de bas de gamme sont encore légions. La reconversion qualitative à destination des marchés extérieurs est loin d'être achevée. Aussi le Chili cherche-t-il à tourner le dos aux exportations de vins en vrac, moins valorisées. Ce n'est plus que le cinquième des volumes qui est vendu sous cette forme au Royaume-Uni, mais encore les deux tiers en Allemagne, et plus encore en France... La marge de progression est

importante, on le voit, d'autant que la géographie des flux de vins en direction du monde est encore très concentrée.

- 10 Les deux principaux marchés sont les États-Unis (24 % des ventes de bouteilles en 2002) et le Royaume-Uni (21 %) (fig. 3). Presque la moitié des ventes à eux deux... Les premiers sont essentiels pour comprendre l'essor qualitatif des vins chiliens ; ils furent leur Pygmalion³. Ils sont à présent presque égalés par le Royaume-Uni. De nombreux distributeurs y font figure de plaque tournante à destination de l'Europe. Ni la France, ni l'Espagne d'ailleurs, ne sont très présentes en la matière. Les vins du *Cono Sur* sont ainsi importés par le groupe *Western Wines* (situé dans la périphérie de Birmingham) pour être par exemple distribués en France par la chaîne des magasins Nicolas.
- 11 Une telle concentration géographique des ventes fait que le marché asiatique est encore relativement peu pénétré. Il y a fort à parier que la consommation de vins chiliens devrait s'y développer, suivant en cela un processus que le vignoble bordelais a connu ces dernières années (Hinnewinkel et Le Gars, 1997, p. 441). La France est encore un marché bien restreint (quatre pour-cent des ventes), tant les consommateurs privilégient les productions nationales. En revanche, les deux pays entrent de plein fouet en compétition sur les marchés internationaux.
- 12 La segmentation de la production française, encore marquée par la présence de nombreux vins communs, fait que les vignobles du Nouveau Monde sont de puissants concurrents (fig. 4) ; avec un rapport qualité/prix difficile, sinon impossible, à battre. Comment comprendre sinon le recul accentué des vins de cépage du Sud de la France ? Ou encore les difficultés qui accablent maintes régions françaises, et les distillations de crise qui s'en sont suivies, comme c'est le cas encore cette année (mais cette fois, pour des AOC, et non plus seulement pour des vins de pays) ?⁴ Car le Chili, comme les autres pays du Nouveau Monde, produit essentiellement des vins de cépage à destination des marchés étrangers. Même si quelques vins d'assemblage « *blended* »⁵ tendent à apparaître.
- 13 Le pays cible principalement une population jeune, capable de repérer les arômes simples de ces vins fruités et charnus. Comme le rappelle l'œnologue chilien Alejandro Hernández, ancien président de l'Office International de la Vigne et du Vin (OIV) : « Ces vins sont parfaits pour ceux qui veulent s'initier à la dégustation, surtout les jeunes consommateurs qui préfèrent les vins frais, fruités et faciles à boire. » (Hernandez, 2004, p. 27)⁶.
- 14 En témoigne cette contre-étiquette bien représentative des stéréotypes que l'on rencontre :

« Le vin de cépage Cono Sur est caractérisé par d'intenses arômes fruités. Les vins représentent le meilleur du sol et des conditions climatiques des différentes vallées dont ils proviennent. Notre aromatique Cono Sur Pinot noir développe des arômes de cerise et de prune alliés à des notes de fraise et de tabac, offrant réellement une superbe expression fruitée. »
- 15 Et une bouteille au look résolument « Nouveau Monde » est proposée : étiquette minimaliste, représentation simplifiée de l'extrémité Sud de l'Amérique latine, mise en exergue du cépage. Un vin jeune, pour tout dire.
Des vins de cépage
- 16 Les cépages « rouges » sont devenus écrasants dans la ventilation des productions. Ils dominent dans une proportion des quatre cinquièmes des surfaces. Avec un cépage roi, le

Cabernet-Sauvignon (fig. 5), qui s'étend sur presque le tiers des surfaces en vignes du pays (39 731 ha en 2003).

- 17 La distribution des cépages en est d'autant plus réduite. Seuls quelques-uns comptent en réalité. La plupart des *bodegas* concentrent leurs productions sur une poignée de variétés. *Viña Andesterra* (vallée de Curicó) propose seulement trois cépages rouges (à égalité entre le Cabernet-Sauvignon, le Merlot et le Carménère) et un cépage blanc (le Sauvignon blanc). *Viña Colchagua* dans la vallée éponyme ne produit que des vins rouges, parmi lesquels ceux à base de Cabernet-Sauvignon représentent plus de la moitié. Citons encore *Viña La Providencia* (vallée de Casablanca) qui appuie sa stratégie de développement uniquement sur les vins blancs avec 40 ha de Chardonnay et 5 ha de Sauvignon blanc.
- 18 Ceci répond à une spécialisation régionale qui reflète essentiellement les variations climatiques de cet immense pays qu'est le Chili. Même si toute la latitude n'est pas utilisée : les vignobles s'étendent globalement de 30 à 38 degrés de latitude Sud. La vallée septentrionale de Casablanca se spécialise ainsi dans les vins blancs, alors que les régions plus méditerranéennes, comme la vallée de Maule, produisent de manière prédominante des vins rouges. Ce qui permet peu ou prou d'ailleurs de comprendre la géographie des productions des *bodegas* (fig. 6).
- 19 Ainsi, les petites entreprises sont plutôt concentrées sur quelques cépages assez représentatifs des régions respectives dans lesquelles elles se trouvent d'autant qu'elles peuvent acheter une part de leur raisin à l'extérieur, auprès de petits viticulteurs. À mesure qu'elles se développent, elles vont chercher à différencier leur offre, et partant, à acquérir des vignes dans d'autres vallées. Tout en privilégiant de plus en plus leur auto-production de façon à garantir la qualité des raisins. L'entreprise *Terra Mater* est maintenant à la tête de trois vignobles, dans les vallées de Maipo, de Curicó et de Maule, les plus grandes entreprises asseyant leur développement sur plusieurs ensembles spatiaux. Cela est bien sûr le cas du géant *Concha y Toro*, complètement auto-suffisant, et présent dans presque tout le Chili, et depuis peu en Argentine, dont il est déjà devenu le deuxième exportateur national... C'est là une nouveauté sans précédent (voir article de C. Tulet et R. Bustos) : des capitaux chiliens sont investis à l'étranger. Ceci reflète bien le dynamisme du pays.
- 20 Cette localisation éclatée fait figure de véritable stratégie pour les entreprises viticoles. À son lancement en 1989, la *bodega Gracia* a directement recherché cinq vignobles dans des régions différentes - de l'Aconcagua à la vallée du Bio-Bio - lui assurant qualité et diversité de façon à produire des vins fins. Mentionnons aussi cet exemple des vignobles La Fortuna, cette fois à une échelle plus locale :

« Le vignoble La Fortuna se caractérise par son exceptionnelle qualité et la variété de ses sols, mais également par les différents micro-climats qui existent dans la vallée [de Curicó]. Les vignes sont réparties en différents secteurs qui forment un ensemble de deux cent cinquante hectares. En sélectionnant avec soin les lieux de plantation des différents cépages, on s'est assuré que chacun d'entre eux puisse bénéficier des meilleures conditions de développement. » (Compendio, 2004, p. 470)
- 21 On comprend mieux à quel point les *bodegas* peuvent alors mener d'audacieuses stratégies de pénétration des marchés étrangers (dans ce dernier exemple, pour les vins biologiques). Elles fondent leur essor sur une palette limitée de bouteilles. Il n'est que de considérer l'extrême variété de la production des régions françaises, avec près de 400 AOC, pour se convaincre de la différence. Elles ont d'ailleurs tendance, avec leur affirmation qualitative, à

se démultiplier en autant d'appellations qu'il y a de communes. L'évolution du Languedoc-Roussillon est à cet égard probant : complexité ici, simplicité là.

- 22 Les stratégies des entreprises chiliennes évoquent davantage celles des groupes de bière ou de spiritueux que le monde du vin européen : tout est fait pour vendre sur les marchés extérieurs. Le rôle des *bodegas* est manifeste en la matière.

Une force de frappe : les *bodegas* du Chili

- 23 Les entreprises chiliennes ont une optique précise : vendre les vins que désirent les consommateurs étrangers. La technologie permet de répondre à cette préoccupation devenue majeure.

De Concha y Toro aux « *bodegas* boutiques »

- 24 La pénétration des marchés étrangers s'appuie sur un nombre bien limité de grosses entreprises, autour desquelles gravite une foule de petites *bodegas*, qui profitent de l'élan donné par les premières. Leur nombre ne cesse de croître : alors qu'on évoque généralement une quarantaine d'entreprises à vocation internationale au milieu des années 1990, elles sont plus d'une centaine en 2002. Leur concentration autour de Santiago montre une réorganisation spatiale des vignobles (fig. 6) ⁷. Les régions traditionnelles, comme la vallée del Elqui au Nord, ou la vallée de Maule au Sud, semblent plus en retard face à cette modernisation à outrance. Alors même qu'il s'agit de régions où la vigne prend une importance cruciale, elle est cependant davantage le fait de petits viticulteurs. Ils sont aujourd'hui en difficulté. D'autant que la coopération viticole connaît un profond déclin, victime de son insuffisante modernisation. D'autant plus encore que les *bodegas* cherchent à s'auto-suffire.

- 25 La plus puissante d'entre elles est bien sûr *Concha y Toro*, avec près de 4 000 ha en propriété et plus de 400 000 hectolitres vendus à l'exportation. Elle réalise près de 200 millions d'euros de chiffre d'affaires avec 1 600 employés. Ce « méga-groupe », prétend à terme jouer dans la même catégorie que les Américains *Constellation*, *Gallo*, ou encore l'Australien *Foster*. Il tranche face à l'émiettement des opérateurs français, espagnols ou italiens. *Concha y Toro* vient d'ailleurs encore de renforcer sa position en achetant au printemps 2005 *Viña Francisco de Aguirre* (vallée de Limari) pour près de 13 millions d'euros. Une bouchée de pain... : environ 300 ha de vignobles, des installations de vinification, de vieillissement et d'embouteillage, ainsi que des marques de vin et de *pisco* ⁸ tombent dans l'escarcelle du géant pour venir renforcer sa puissance. Nul doute qu'il devrait chercher à moderniser cette acquisition pour l'orienter vers les marchés extérieurs. Le réveil de cette vallée est sans doute pour demain, probablement avec du Chardonnay. Le dynamisme métropolitain se propage en direction des périphéries. À quand des vins de la vallée del Elqui de dimension internationale ?

- 26 Aux côtés de cette entreprise se trouve une myriade de *bodegas* de tailles différentes, d'une concentration sans égale (fig. 7). Les dix-sept premières effectuent les deux tiers des exportations. Les plus importantes appartiennent à l'association *Chilevid* qui mène une action de *lobbying* auprès de l'État chilien ⁹. Les autres sont qualifiées de *bodegas* « boutiques » ou encore de « *viñas emergentes* ». Plus petites, elles cherchent à concentrer leur frappe sur des niches de production : ici en visant des vins d'excellence, là en proposant des vins biodynamiques, comme ce sera bientôt le cas pour les vignobles Errazuriz (vallée d'Aconcagua), en pleine conversion. Elles ne sont pas sans faire penser aux « vins de garage » qui ont émergé dans le Saint-Émilionnais il y a quelques années. Leur dynamisme repose ici aussi sur l'utilisation de techniques de pointe en matière de

vinification et s'appuie également sur une nécessaire notoriété, acquise dans les médias ou les concours internationaux.

- 27 La force de pénétration des vins chiliens provient effectivement de leur visibilité. *Viña Bisquertt* (vallée de Colchagua) a pu asseoir sa réputation en gagnant le prix du « *Best Merlot of the World* » au concours des vins de Londres en 2002. Figurer parmi les classements élaborés par la presse internationale est crucial ; c'est l'assurance d'une reconnaissance sans égale. La continuelle présence médiatique des *bodegas* est la clé de leur succès. D'ailleurs, elles ont presque toutes un site Internet qui leur permet de communiquer, notamment en montrant force images de leur capacité technologique.

Un vignoble de haute technologie

- 28 L'utilisation de la haute technologie est l'un des traits caractéristiques du Chili viticole. Elle lui permet de produire des vins d'excellente qualité à destination des marchés étrangers, et, de ce fait, de bien cibler le goût des consommateurs.
- 29 Cette haute technologie est désormais devenue la condition *sine qua non* de la réussite en matière viticole comme vinicole. L'irrigation est ainsi parfaitement maîtrisée : l'utilisation de techniques de goutte à goutte permet un contrôle précis de l'alimentation en eau des ceps. *Concha y Toro* a par exemple adopté un système perfectionné mis au point en Israël pour les cultures arbustives. Ce sont encore les régions proches de la métropole qui montrent le plus fort dynamisme avec la plus grande proportion de terres irriguées (Catastro, 2003, p. 7). Les immenses parcelles, au format industriel, témoignent de cette forte maîtrise spatiale (photo 2).
- 30 Mais c'est surtout sur la vinification que sont portés les efforts ; les équipements sont du dernier cri. Les pressoirs thermo-pneumatiques permettent un juste contrôle de la vinification. Les groupes français haut de gamme, comme *Vaslin-Bucher*, sont comme de bien entendu très représentés. Les cuveries des entreprises laissent de plus en plus la place à l'inox. Même si les cuves en ciment sont encore nombreuses (46 % de la capacité de stockage), elles sont suivies de près par les cuves en inox (33 %) (*Compendio*, 2004, p. 273). Ne deviennent-elles pas comme un marqueur de la modernité vinicole (fig. 8) ? Les régions qui se sont les mieux converties vers la production de vins de qualité dominant en effet dans cette géographie de l'acier, avec toujours ce même phénomène métropolitain. La vallée de Colchagua est la plus en pointe avec la moitié des cuves ainsi équipées. Il n'est que de consulter quelques sites Internet de *bodegas* pour se convaincre de l'importance que peuvent à présent revêtir ces installations : elles sont perçues comme le gage d'une vinification de qualité. La technique rejoint l'image.
- 31 Tout le soin accordé à cette vinification met bien sûr en avant les œnologues, véritables chefs d'orchestre. Il faudra revenir sur leur rôle. Ils cherchent à produire les vins que désire la clientèle internationale. Aussi le goût prononcé que celle-ci montre aujourd'hui pour des vins élevés en fûts de chêne - sous l'influence de Robert Parker et de la revue *Wine Spectator* - occasionne une configuration bien précise de la *bodega*. Elle se doit de disposer de vastes chais pour entreposer les fières rangées de barriques. Elles sont fabriquées en bois français, caucasien ou encore nord-américain. À cet égard, le tonnelier charentais Séguin-Moreau, sans doute le plus représenté pour les crus de qualité, est mis en avant pour compléter le décor. L'architecture des entreprises se veut alors le reflet d'une authenticité lorsque les bâtiments sont anciens, comme à *Santa Carolina* ou *Cusiño Macul* (vallée du Maipo). Lorsque la *bodega* est récente et fondée *ex nihilo*, elle prétend au contraire renvoyer à l'image que l'on se fait des vins du Nouveau Monde : les bâtiments arborent un *design* novateur, sur un mode très californien,... à moins que d'anciens chais

ne soient rachetés et mis en avant dans la communication ou le développement du tourisme. Tout un discours existe donc.

- 32 On le voit, tant en matière de techniques, de goût du vin, que de paysages, tout est fait pour séduire les consommateurs du monde entier, ce qui n'est pas sans donner, on le pressent, une atmosphère factice. Est-ce bien le cas pour autant ?

Une « révolution des vins » ?

- 33 Le Chili est un pays de tradition viticole. Elle remonte à la colonisation espagnole (mi-XVI^e siècle), mais ne prend réellement toute son importance qu'à partir du XIX^e siècle. Elle a forgé tout un ensemble de coutumes et de traditions (Del Pozo, 1999). La littérature chilienne, de Pablo Neruda à Luis Sepulveda, est traversée de références au vin. Pablo de Rhoka a par exemple écrit une *Épopée des nourritures et boissons du Chili* (1949).

- 34 Cette tradition repose notamment sur cette grande capacité du pays à intégrer des modèles viti-viticoles que les conditions agro-climatiques permettent d'exalter. Le modèle dominant, que l'on qualifiera de « bordelais », hier inhibé, retrouve désormais toute sa force et tout son dynamisme. Loin d'être une révolution en la matière, il faut plutôt voir là comme une résurgence.

L'intégration de modèles viti-viticoles

- 35 Même si le vignoble chilien fait montre d'un dynamisme presque provocateur - la réorganisation spatiale des vignes à l'échelle nationale en est un exemple manifeste -, il s'appuie tout de même sur des bases historiques et géographiques bien présentes.

Un terreau propice

- 36 Il est de coutume, pour dater la « découverte » par le monde des vins du Chili, d'évoquer l'installation du catalan Miguel Torres en 1979, « fasciné » par les vallées andines, en particulier par celle de Curicó, où furent implantées les premières vignes :

« Notre intérêt s'est accru lorsque nous avons réalisé que la Vallée centrale était un paradis pour le développement de vignobles et la production de vins de haute qualité. Essentiellement du fait de conditions de climat et de sols, et du fait de l'existence d'une ancienne tradition viticole. » (Viñas y vinos chilenos, 2004, p. 24)

- 37 Un même ton élogieux - destiné à promouvoir les ventes - est rencontré, chez l'entrepreneur Jess Jackson de l'entreprise américaine Kendall-Jackson :

« Le Chili me rappelle la Californie, mais complètement chamboulée, avec un grand potentiel pour développer des vins d'envergure mondiale. Ils correspondent au profil de ce que nous avons toujours recherché. » (Ibid., p. 4)

- 38 Les conditions agro-climatiques sont particulièrement propices, tant pour assurer le développement d'une viticulture de qualité que pour favoriser son dynamisme. Les mécanismes qui résultent de la forte proximité du courant marin froid de Humboldt et de la chaîne des Andes - qui culminent à près de 6 960 m avec l'Aconcagua - offrent par exemple à la Région centrale de connaître un climat méditerranéen bien particulier. Il est marqué par des amplitudes thermiques journalières de près de 20 °C, suscitées par les brises maritimes et montagnardes. L'alternance de journées chaudes et de nuits froides favorise le développement de l'acidité, la concentration en sucre, ou encore l'expression des arômes. Les conditions sanitaires du printemps et de l'été sont des meilleures. Enfin, la présence de microclimats - on a par exemple coutume de diviser la vallée du Maipo en trois zones bien différenciées en fonction de l'altitude¹⁰ - et de sols extrêmement variés (Pszczolkowski, 2000), donne une grande latitude aux viticulteurs dans leurs choix.

39 Rien n'est plus facile alors que de développer tel ou tel cépage dans ces conditions, d'autant qu'il est possible de jouer sur le développement latitudinal du pays. Que le marché demande du Cabernet, et on plantera dans la vallée du Maipo. Qu'il désire de la Syrah ? La région de Colchagua y répondra. Qu'il veuille du Pinot noir - puisque le film *Sydeways* (2004) a créé un engouement pour ce cépage chez le consommateur américain -, aucune difficulté non plus, la vallée de Rapel y pourvoira. Un Système d'Information Géographique (SIG) est à cet égard développé par l'Université de Talca et les professionnels du vin : il permet de circonscrire les terrains les plus adéquats en fonction du cépage désiré, telle une technologie de précision. Alors que les régions viticoles européennes s'appuient sur une tradition souvent pluriséculaire et cherchent à pénétrer les marchés avec une production donnée - on songe aux difficultés que les eaux-de-vie connaissent, du Cognac aux *aguardientes* espagnoles : l'inverse se produit ici. C'est le goût du consommateur qui commande presque immédiatement la géographie du vin. Le temps que les ceps de vigne entrent en production...

40 De telles potentialités forment aujourd'hui le fond d'un discours qui laisse croire au consommateur que le Chili ne peut que produire d'excellents vins. Sa révélation par les actuels entrepreneurs fait partie du mythe du vignoble chilien, un rien miraculeux. Ce miracle des vignobles du Nouveau Monde - comme nés sous nos yeux -, est permis par la conjonction de multiples facteurs. Parmi ceux-ci, et non des moindres, est l'apport à ce pays de nos techniques et de notre savoir-faire. Ce serait la mondialisation de la vigne et du vin qui permettrait au Chili viticole de naître. C'est là faire peu de cas de son histoire.

41 Car, au-delà de la modernisation technologique et de l'ouverture indispensable sur les marchés étrangers, tous les ingrédients sont déjà présents. Est-ce bien d'une révolution dont il s'agit alors ? C'est peut-être davantage une réorientation, une normalisation et une intégration qu'il convient d'évoquer. Cela ne remet pas en question pour autant les profonds changements que traverse le pays, une sorte d'*aggiornamento* viticole, si l'on peut dire.

La réaffirmation du « modèle bordelais »

42 Réorientation ? Oui, car la viticulture chilienne s'inscrit tout de même dans la longue durée. Point n'est besoin de rappeler son ancienneté. C'est surtout le XIX^e siècle qui donne au Chili les bases de la viticulture que nous connaissons. Le processus se fait sous l'influence du « modèle bordelais » décrit par Philippe Roudié (1997). Il s'opère grâce au triptyque hommes, cépages, paysage. Tout est alors en place : du château aux ceps aquitains. Le modèle est donc bien inscrit dans le temps et dans l'espace. Cependant, il est comme mis en sommeil.

« L'histoire du Chili pourrait être (...) celle des occasions manquées ou celle d'une frustration économique constante dans sa réalité séculaire bien que très diverse dans ses causes et dans ses modalités ». (Borde, 1980, p. 17)

43 Inhibée par un marché intérieur trop limité, trop excentrée par rapport à l'Europe - en dépit de quelques velléités d'exportation en direction de ce continent ou de la Californie - longtemps cadenassée par une loi de 1938 fort prohibitionniste, la viticulture chilienne n'a pu s'orienter vers la recherche de la qualité, alors même que les exportations de blé en direction du Royaume-Uni étaient importantes jusqu'à la Première Guerre mondiale, et qu'une communauté anglaise était présente à Valparaíso. Que n'a-t-elle joué le même rôle qu'à Porto, Madère ou Marsala ? Il faut attendre l'actuelle ouverture du Chili au reste du monde pour assister au décollage de sa viticulture.

- 44 Le modèle bordelais ressurgit avec force. Il est avivé par de nouveaux protagonistes qui s'inscrivent en réalité dans cette même continuité : les œnologues. Avec quelques personnages aussi renommés que critiqués que sont ces « *flying winemakers* », pour reprendre le mot de l'un d'entre eux, Michel Rolland (*Mondovino*, 2004). Celui-ci travaille - notamment ! - pour la société Grand-Marnier, implantée au Chili avec le vignoble de *Casa Lapostolle* (vallée de Colchagua). Derrière ces œnologues les plus en vogue se cachent de nombreux anonymes, chiliens pour la plupart. Ils ont souvent fait leurs études à Bordeaux, de plus en plus à Montpellier, ou encore en Californie... et au Chili même. C'est l'une des forces de ce pays, la formation des hommes devient de plus en plus complète. La naissance d'un pôle d'œnologie à l'Université de Talca, dirigé par Fernando Cordobá, vise à donner davantage d'autonomie au pays. Cela n'empêche cependant pas les œnologues chiliens d'affiner leurs connaissances en allant suivre des stages en France ou en Espagne, par exemple. Christian Vallejo Rakela, œnologue de *Terra Mater*, vient chaque année à Margaux pour parfaire l'exercice de son métier et son talent. Le modèle aquitain est toujours puissant.
- 45 Les œnologues apportent aux vins du Nouveau Monde ce goût bordelais si caractéristique, comme le rappelle Philippe Roudié, quand ce n'est pas même un goût pomerolais lorsqu'il s'agit de Merlot... Le phénomène, initié dès le XIX^e siècle, prend toute son ampleur aujourd'hui. Citons à ce propos la contre-étiquette des vins *Almaviva* : « Surgi de la rencontre de deux cultures et de deux entreprises, Almaviva est un grand vin rouge dans lequel se conjuguent trois cépages nobles dans la plus pure tradition bordelaise : Cabernet-Sauvignon, Carménère et Cabernet franc. »
- 46 Cette célèbre alliance, nouée entre les sociétés *Concha y Toro* et *Rothschild* pour produire un cru de très haute qualité, montre bien à quel point la seconde a amené son savoir-faire. À preuve, ce vin est appelé à devenir un cru de garde, sur un mode aquitain, ce qui balaie les idées reçues sur l'incapacité du Chili à produire des vins qui vieillissent. C'est affaire de mode de vinification comme de talent et de capitaux.
- 47 Car tout cet ensemble est bien entendu soutenu par d'importants investissements à commencer par ceux des entrepreneurs chiliens eux-mêmes. Des capitaux sont également directement placés par des sociétés étrangères (Schirmer, 2004), comme se fut d'ailleurs souvent le cas dans l'histoire des grands vignobles européens. Le rôle des Hollandais, des Anglais ou d'autres Européens du Nord est manifeste en la matière, de l'Aquitaine à la Champagne, de Porto à Jerez. Ainsi, l'Espagnol Miguel Torres fut-il le premier à investir dans le pays en vue de la production de vins de qualité. Il est alors suivi par tout un florilège d'entrepreneurs étrangers, parmi lesquels les Français ne sont pas en reste. La revue *Wine Spectator* n'évoque-t-elle pas un « *rush fou* » (Morgan, 1996) ? Citons parmi bien d'autres les frères Lurton (Pessac-Léognan), Paul Pontallier (château Margaux) et Bruno Prats (Saint-Estèphe) associés pour créer *Viña Aquitania*, ou encore la famille alsacienne Massenez. Il faut aussi tenir compte de groupes californiens, avec Kendall-Jackson (*Viña Calina*), ou espagnols, avec Joseba Altuna (*Viña Casablanca*).
- 48 Des Investissements directs étrangers (IDE) ou par le biais de la bourse sont également effectués. S'il est difficile de se faire une idée de ces derniers - et il faut voir là l'un des manques essentiels de la nouvelle géographie des vins -, les premiers sont davantage connus. Des participations croisées (joint ventures) se développent, comme c'est le cas avec l'exemple de *Concha y Toro* et *Rothschild*. Les liens sont plus charnels que l'on veut bien le dire - de ce côté de l'Atlantique en tout cas -, entre les vignobles du Nouveau Monde et ceux de l'Ancien Monde. Ces liens participent de la mondialisation qui touche la

planète des vins. Ils sont essentiels pour comprendre la transformation contemporaine du vignoble chilien, et sa progression fulgurante parmi les tout premiers pays exportateurs.

L'intégration dans le commerce mondial

49 Le Chili, pour connaître le développement qui est le sien, s'appuie tant sur la libéralisation du commerce mondial que sur la chute concomitante des prix du transport. Il est à cet égard impressionnant de voir la *noria* de camions qui part de telle ou telle grande *bodega* en direction du port de Valparaiso. De là, les vins sont embarqués sur des navires portes-containers à destination du reste du monde. L'aéroport de Santiago est également à l'origine de flux, certes plus minimes, de vins de très haute qualité.

50 Là n'est pas tout : l'intégration du pays dans le concert des nations s'effectue par le biais d'une certaine normalisation, en se conformant aux modèles dominants. Aussi est-il obligé de davantage structurer son territoire viti-vinicole pour se mouler dans les normes internationales, et de signer des accords commerciaux. C'est le cap à franchir pour demeurer cet acteur majeur de la planète des vins qu'il est devenu. Loin d'être un feu de paille, le phénomène s'enracine.

Un processus de construction territoriale

51 Une réforme interne permet au Chili d'établir les bases d'un secteur viti-vinicole modernisé. Il s'appuie sur une réglementation plus libérale que de nombreux pays en matière de production de vins. Elle n'est pas sans inciter les pays de l'Ancien Monde à vouloir faire de même...

52 L'intégration du Chili repose tout d'abord sur la mise en place de normes spatiales. La réglementation en matière de production viti-vinicole est établie par la loi n° 18.455 du 31 octobre 1985 ¹¹. Ce texte est complété par le décret n° 464 du 14 décembre 1994 ¹² qui établit une classification viticole et définit des appellations d'origine, les *Denominaciones de Origen* ou « D O. » (fig. 6).

53 Des espaces « dont les conditions de climat, de sols, de variétés de vignes, les pratiques culturales et œnologiques sont homogènes » (titre V, art. 27) sont ainsi délimités. Ils correspondent aux 5 grandes régions viticoles, elles-mêmes découpées en 13 « sous-régions » - les grandes vallées qui proviennent des Andes - et parfois en zones intermédiaires. Les 44 « aires » viticoles qui en dépendent correspondent aux communes ainsi classées. Elles prétendent mettre en avant des terroirs au sens agronomique du terme. Tel n'est pas tout à fait le cas en réalité ; il s'agit ni plus ni moins de la projection sur l'espace chilien du système français d'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) ¹³.

54 Ces *Denominaciones de Origen* sont des territoires construits. On pourrait presque reprendre le propos de Jean-Claude Hinnewinkel :

« la justification par le terroir agronomique fut un argument a posteriori de l'excellence des [noyaux d'élite viticole] et non un préalable : [ceux-ci] sont des constructions sociales beaucoup plus que des milieux naturels. » (Hinnewinkel, 2004, p. 65).

55 La seule différence ici, c'est que tout semble s'élaborer en même temps, avec un grand dynamisme. Les « noyaux d'élite », formés par la concentration de *bodegas*, laissent parfois l'impression d'être aussi récents que les territoires qui les encadrent, à cette remarque près que le ferment de qualité bordelais, distillé dans le territoire chilien, est souvent ancien.

56 Un phénomène de fragmentation et d'ampliation peut alors se développer. Les *Denominaciones de Origen* se précisent en changeant d'échelle (Muñoz Salit, 2004). Les «

sous-régions » de 1980 sont par exemple devenues des « régions ». La pyramide de la hiérarchie s'étoffe également d'une base plus précise, au niveau communal. Le processus est ainsi animé d'une dynamique spatiale : les communes périphériques sont intégrées dans la législation à la faveur des réformes (fig. 9). L'affirmation qualitative du Chili pousse les communes à se maintenir dans les standards de qualité. Le vin structure les espaces (Hinnewinkel, 2004, p. 7) et l'internationalisation du Chili normalise son territoire viti-vinicole.

- 57 Le carcan n'est cependant pas aussi serré que ne le sont les AOC. Au sein de l'appellation, toute la commune est classée par décret, sans restriction. Seule la nécessité de produire de bons vins - et donc d'irriguer - limite l'extension des vignes vouées à une production de qualité. Elles sont donc cantonnées dans les parties les plus planes des terrains (fig. 10 et photo 3). C'est seulement aujourd'hui qu'elles connaissent un développement altitudinal, comme dans la vallée du Maipo. On voit bien combien le terroir est une construction des hommes, qui « lisent » les conditions du milieu à travers un prisme (Brunet, 1995, p. 7) : prisme technologique au premier abord, mais davantage économique, social, et culturel en définitive. Il vise à répondre à une demande bien précise en un certain type de vin, les vins de cépage du Nouveau Monde de ce début de XXI^e siècle.
- 58 Car le système est en fait hybride, d'un modèle que l'on pourrait dire cette fois nord-américain. Il est bien moins drastique que ne l'est le modèle européen, même si ce dernier définit davantage l'origine que la qualité. Le système chilien laisse en effet une marge de liberté aux producteurs. Pour bénéficier de l'appellation, le vin doit être constitué *a minima* de 75 % du cépage mentionné sur l'étiquette (décret n° 464, art. 4a). Il en va de même pour l'année de récolte (art. 5) et pour l'origine spatiale (art. 3a). L'expression « *Embotellado en Origen* » peut être utilisée à condition que la production provienne de l'aire géographique mentionnée par la *Denominación de Origen*. Enfin, des « mentions complémentaires de qualité » peuvent être utilisées, comme « Grande Réserve », « Réserve Privée », ou « Sélection » (art. 8)... sans être réellement définies. Ce qui n'est pas sans faire penser au flou qui entoure en France les « vieilles vignes » et autres pratiques dites « traditionnelles ». Que l'on songe aux « usages loyaux et constants » qui permettent l'utilisation de moûts rectifiés ou de levures exogènes, sans véritable contrôle du législateur... Aussi évitera-t-on aux producteurs chiliens le reproche - trop souvent entendu -, de pouvoir irriguer, alors que nombre de régions françaises ou européennes peuvent chaptaliser.
- 59 Ces signes de qualité, à commencer par les *Denominaciones de Origen*, sont bien perçus par les consommateurs étrangers. Cette normalisation des vignobles du Chili s'accompagne d'une intégration au commerce mondial par la signature d'accords internationaux.
- Des accords internationaux
- 60 Une intégration enfin : membre du Groupe de Cairns au sein de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), le Chili fait parti des pays ultra-libéraux. Il s'agit d'un héritage de la dictature militaire (1973-1989) que les gouvernements démocratiques élus depuis lors ont poursuivi. C'est pourtant moins dans le cadre de l'OMC, qu'au travers d'une série de partenariats, que le Chili s'est engagé dans la voie d'une politique de libéralisation commerciale. Le pays a ainsi contracté toute une série d'accords bi-latéraux avec certains pays d'Amérique Latine, avec les États-Unis, avec l'Union Européenne enfin.
- 61 L'Accord de Libre-échange du 6 juin 2003 signé avec la première puissance mondiale concerne le démantèlement des barrières douanières¹⁴. Il ne va pas au-delà de cet aspect

en matière viti-vinicole, tout au contraire de l'accord signé avec l'Union Européenne, initié à Florence en 1996, et entré en vigueur le 1^{er} janvier 2003 qui a une visée beaucoup plus large ¹⁵.

- 62 Il nourrit ainsi le désir de promouvoir la démocratie, d'affirmer le respect des droits de l'homme et le principe de l'État de droit. C'est pourquoi il dépasse les simples accords de suppression des barrières douanières. Il concerne tout d'abord les pratiques œnologiques, tant en termes de normes que de santé humaine ¹⁶. Mais surtout, il statue sur le droit des signes de qualité. Il porte donc sur les Accords de Droits de Propriété Intellectuelle Touchant au Commerce (ADPIC) (titre I, art. 5) : l'Europe est en position défensive sur ce sujet, à l'OMC (Boy, 2002) comme dans les accords bilatéraux. Celle-ci a bien des difficultés à préserver un vocabulaire et des techniques qu'elle a imposées au monde d'un point de vue historique, et qu'elle cherche désormais à protéger d'un point de vue géographique, d'autant que les copies sont revendiquées comme traditionnelles ; l'Europe est contrainte de les accepter... Si certaines marques doivent être abandonnées, des « homonymes » sont toutefois reconnus, notamment parce qu'ils existent depuis la colonisation espagnole, comme le nom de certaines communes. Les premières doivent en revanche être supprimées, dans les douze années qui viennent pour le marché intérieur et dans les cinq ans pour l'exportation (art. 7-2). On trouve pêle-mêle des références à des régions européennes comme « *la Rioja* », « *Burdeos* » ou « *Oporto* », des termes relatifs au Champagne, ou encore à de prestigieux clos - « *Corton* » - ou appellations - « *Margaux* ». L'Europe gagne sur ce point ce qu'elle perd plus loin. Les « mentions complémentaires de qualité » du Chili, parmi lesquelles les « châteaux », « cru bourgeois » ou « grand cru » sont ainsi reconnues. Pis, elle est contrainte d'accepter les mentions de cépages - Cabernet, Chardonnay et bien d'autres - avec les règles que l'on sait (celle du « soixante quinze – vingt-cinq »), sans même que le consommateur en soit informé. N'est-ce pas là ouvrir une boîte de Pandore ? On sait toute la pression que font certains professionnels français pour modifier les AOC ou les règles qui régissent les vins de pays,... d'autant que l'Espagne est devenue bien moins scrupuleuse en la matière pour les « *vinos de España* » avec la nouvelle loi du 10 juillet 2003 ¹⁷.

- 63 Dans cette nouvelle planète des vins qui se dessine, ce ne sont plus les volumes qui sont en jeu. Les pratiques œnologiques et les signes de qualité se révèlent être d'une tout autre importance. L'Europe ne parvient plus à s'imposer en la matière : en témoigne l'exemple du Chablis. Le droit américain des marques le protège avec force du droit européen des signes de qualité.
- 64 Cette révolution des vins chiliens n'est peut être pas le chamboulement que l'on voudra bien dire. Si c'est bien le cas d'un point de vue technique, ou en ce qui concerne les exportations, il convient de rappeler que cette viticulture s'inscrit dans un processus de longue durée,... avec plus de quatre siècles d'existence... Certes, elle n'a pas donné jusqu'à présent de vins de grande renommée, comme le sont les vins d'Afrique du Sud de la région de Constancia. C'est donc sous nos yeux même que se réalise sa montée en puissance d'un point de vue qualitatif. Elle repose sur la réaffirmation tardive du modèle bordelais. Il est aujourd'hui compliqué d'autres influences, américaines tout d'abord. Elles lui donnent un air « Nouveau Monde ». L'*aggiornamento* dont on a pu parler fédère alors trois processus combinés de réorientation, de normalisation, et d'intégration enfin. C'est

pourquoi cette viticulture est sans doute plus insérée dans l'espace que ne le sont les viticultures australiennes ou néo-zélandaises.

- 65 Elle est tout d'abord objet de fierté pour le Chili démocratique. Elle participe de la *chilenidad*, la chiléanité. Le Carménère, longtemps confondu avec le Merlot, prend de plus en plus, du fait de sa rareté, l'image d'un cépage national. Les caractères identitaire et patrimonial du vignoble chilien s'affirment. Vin de cépage ne veut plus forcément dire vin a-géographique. La preuve en est que certains crus arborent des symboles mapuche. Mieux, le classement de certains paysages - comme les caves de la *bodega Santa Carolina* ou le jardin à la française de la *bodega Cusiño Macul* -, participe de ce processus de territorialisation. Il crée des marqueurs culturels. Le vignoble de la vallée del Elqui, certes le moins extraverti pour l'instant, lieu de naissance de la poétesse Gabriela Mistral, est un point fort de la villégiature chilienne. Et de l'identité du pays.
- 66 Les vignobles chiliens, ancrés qu'ils sont dans leurs espaces, se tournent de plus en plus vers un développement pluri-fonctionnel. Souci environnemental accru, développement touristique et patrimonial, attention croissante au maintien de paysages de qualité. Du fait de son existence séculaire, le vignoble est effectivement menacé par le développement de l'urbanisation. La métropole urbaine de Santiago, comme celle de Bordeaux, ronge les espaces viticoles les plus renommés : *Cusiño Macul* est déjà cerné par l'urbanisation, comme le sont les châteaux de l'appellation Pessac-Léognan. La vigne n'y est plus que relictuelle. La vallée du Maipo est également confrontée à ce redoutable grignotage urbain. Autant de points sur lesquels Européens et Chiliens pourraient mener de fructueux partenariats, en particulier en termes de classement de paysages (Rejalot, 2005).
- 67 On le voit, c'est un vignoble du Nouveau Monde plus ancien et plus ancré dans l'espace qu'on ne pourrait le croire.

BIBLIOGRAPHIE

- BERTHOMEAU, J., 2001 - Comment mieux positionner les vins français sur le marché de l'exportation ? Paris : Ministère de l'agriculture et de la pêche, 80 p.
- BORDE J. et SANTANA-AGUILAR R., 1980 - Le Chili. La terre et les hommes, Ed. du CNRS : Paris, 252 p.
- BOY L., 2002 - Propriété intellectuelle, l'agriculture en première ligne avec l'accord ADPIC. In : Déméter 2002, Paris : Armand Colin.
- BRUNET P., 1995 - Le Terroir. Fin ou renouveau d'une notion. Cahiers nantais, n° 43, p. 7-12.
- Catastro Vitícola Nacional, 2003. Santiago : Gobierno de Chile, Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), 48 p. Disponible sur le site www.odepa.cl.
- COLLADO Quique, 2002 - Chile : vinos en erupcion. Site : www.verema.com, 15 juillet 2002.
- Compendio vitivinícola de Chile, Vineyards and wineries of Chile. Compendium, 2004. Ed. Nuevos Mundos S.A. : Santiago, 739 p.

- DEL POZOJ., 1999 - Historia del vino chileno. Santiago de Chile, Editorial Universitaria, 320 p.
- GUERRERO R., 1978 - Notes sur un vignoble vieux de quatre siècles : le Chili méditerranéen. In : Géographie historique des vignobles, colloque de Bordeaux, 27-29 octobre 1977. CNRS, Centre régional de publication, Université Bordeaux 3, CERVIN, 2 vol., 215 et 199 p.
- HERNANDEZ A., 2004 - Chile : una vitivinicultura de cara al mundo. In Viñas y vinos chilenos, Wineries and wines of Chile. Mendoza : Ed. Andina Sur, p. 17-32.
- HINNEWINKEL J.-C., 2004 - Les Terroirs viticoles. Origines et devenir. Bordeaux, Ed. Feret, 228 p.
- HINNEWINKEL J.-C. et LE GARS C., 1997 - Les exportations de vins de Bordeaux « Outre-mer », un marché en profondes mutations. Cahiers d'Outre-Mer, vol. 50, n° 200, octobre - décembre, p. 423-443.
- MORGAN J., 1996 - Mad rush to Chile by California and French vintners. Wine Spectator, 31 mai.
- MUÑOZ SALIT L., 2004 - Vitivinicultura chilena, estado de la evolución de la actividad en el valle del Maule. Informe de práctica profesional. Facultad de Arquitectura y Urbanismo, escuela de Geografía, Universidad de Chile. (Mémoire dirigé par M. le prof. Hugo Romero).
- NASH Nathaniel C., 1992 - Chilean wineries outgrow the jug. New York Times, April 4, section I, p. 39.
- PSZCZOLKOWSKI Ph., 2000 - El medio natural de Chile como factor de adaptación de la vid (I). Chile Agrícola, vol. 25, n° 244, Julio - Agosto, p. 124-126.
- REJALOT M., 2005 - Paysages viticoles et politiques patrimoniales ; y a-t-il un malentendu bordelais ? Communication prononcée le 18 mai 2005 lors du colloque « Vins, vignes et civilisations en Aquitaine et dans le monde », CERVIN, Université Bordeaux 3, du 17 au 20 mai 2005.
- RENVOISE G., 2004 - Le Monde du vin a-t-il perdu la raison ? Rodez : Ed. du Rouergue, 378 p.
- ROUDIE Ph., 1997 - Bordeaux », un modèle pour la viti-viniculture mondiale ? Cahiers d'Outre-Mer, 50 (200), octobre - décembre, p. 433-422.
- SCHIRMER R., 2004 - Une nouvelle planète des vins. Conférence prononcée lors du Festival International de Géographie de Saint-Dié (30 septembre - 3 octobre 2004), Nourrir les hommes, nourrir le monde. Les géographes se mettent à table, à consulter sur le site du FIG : <http://xxi.ac-reims.fr/fig-st-die/default.htm>.
- SEPULVEDA S., 1995 - La internacionalización vitícola y el cambio espacial. Revista geográfica de Chile, Terra Australis, n° 40.
- TULET J.-C. et SANCHEZ ALVAREZ, J., 2002 - La croissance du vignoble du Chili par l'amélioration de la qualité et l'exportation. Sud-Ouest européen, n° 14, décembre, p. 111-120.
- Viñas y vinos chilenos, Wineries and wines of Chile, 2004, Mendoza, Ed. Andina Sur, 244 p.

NOTES

- 1.. Voir sur le site internet de la revue *Decanter* : www.decanter.com, « *World's 50 best buys* » dans la rubrique « *recommandations* ». On pourra aussi regarder la sélection « *Chile & Argentina's Best* ».

- 2.. Il s'agit « à la fois d'un domaine viticole, [d'un] centre d'achat du raisin produit par d'autres, et [d'une] structure commerciale » (Tulet et Sanchez Alvarez, 2002). *La bodega* n'est pas sans ressemblance à la « maison » en Champagne ou dans la région de Cognac.
- 3.. Voir à ce propos une critique de N.C. Nash (1992, p. 39) du début des années 1990 parue dans le *New York Times*.
- 4.. Des causes internes, bien nombreuses, sont également à prendre en compte : voir par exemple l'ouvrage de G. Renvoisé, 2004.
- 5.. Vins associant différents cépages dans leur composition, comme c'est généralement le cas en Europe.
- 6.. Les traductions des différentes citations sont de l'auteur.
- 7.. La comparaison de la présente carte avec celles réalisées par R. Guerrero en 1978 et J.-C. Tulet et J. Sanchez en 2002 est particulièrement probante.
- 8.. Il s'agit d'un alcool fait à partir de vin distillé. Il est considéré comme la boisson « nationale » par les Chiliens.
- 9.. Voir le site de l'association : www.chilevid.cl. Elle y expose ses buts.
- 10.. La première sous-région est d'influence andine, la seconde apparaît plus comme un espace de transition, alors que la dernière est sous influence littorale.
- 11.. *Ley n° 18.455 (31.10.1985), Normas sobre Producción, Elaboración y Comercialización de Alcoholes Etllicos, Bebidas Alcohólicas y Vinagres, y deroga Libro I de la Ley n° 17.105*. Pour plus de détails, voir sur le site de la Bibliothèque du Congrès National du Chili : www.bcn.cl.
- 12.. *Decreto n° 464, Zonificación vitícola y Denominación de Origen, Diario Oficial de La Republica de Chile, Viernes 26 de Mayo de 1995, Establece zonificación viticola y fija normas para su utilización. Santiago, 14 de Diciembre de 1994*. Pour plus de détails, voir sur le site de *Viñas de Chile* : www.vinasdechile.cl.
- 13.. Lui même inspiré par les exemples portugais et italiens qui se sont développés à l'Epoque Moderne.
- 14.. Ces barrières sont immédiatement démantelées pour certaines catégories de vins, dans un laps de temps proche - une douzaine d'années au plus - pour d'autres. Cet accord s'inscrit dans cette volonté de la politique états-unienne de bâtir un gigantesque marché de libre échange qui devrait s'étendre de la Terre de Feu jusqu'au détroit de Béring.
- 15.. Il est possible de le consulter à partir du site Internet de Chilevid.
- 16.. Des deux côtés apparaissent toute une litanie de pratiques chimiques aujourd'hui bien contestées par les puristes du vin, de l'osmose inverse, à l'utilisation de moûts concentrés rectifiés, ou encore à celles des levures exogènes. Une issue est proposée pour répondre aux éventuelles modifications techniques qui risquent de se développer dans le futur. Comment ne pas penser à ce sujet à la question des Organismes Génétiquement Modifiés (OGM), pour les vignes comme pour les levures ?
- 17.. *Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del vino*.

RÉSUMÉS

Le vignoble chilien fait parti de ces vignobles du Nouveau Monde qui bouleversent la nouvelle planète des vins. Son essor, assis sur la vente de vins de cépage, s'appuie sur une longue tradition vitivinicole. Des éléments novateurs apparaissent toutefois.

Chilean vineyards and Globalisation. The Chilean vineyard belongs to those vineyards of the New World who disrupt the new planet of wines. His ascedency, based on the sale of varietal wines, is relying on a long tradition of wine growing and wine making. However, new elements immediately appear.

INDEX

Keywords : Chile, globalisation, landscape, territory, vine, vineyard, wine

Mots-clés : Chili, mondialisation, paysage, territoire, vigne, vignoble, vin

AUTEUR

RAPHAËL SCHIRMER

Université Paris 4 Sorbonne, UFR de Géographie, 191, rue Saint-Jacques, 75005 Paris.